

群星闪耀 创·新格局 捷豹路虎中国和奇瑞捷豹路虎携全系产品震撼登陆上海车展

捷豹路虎中国和奇瑞捷豹路虎联手，携两款中国首秀车型——捷豹首款纯电动跑车型 SUV I-PACE 概念车、路虎揽胜家族最新成员全新揽胜星脉，以及路虎全新一代发现、捷豹 XFL 和

2018 年款捷豹 F-PACE 等重磅车型闪耀亮相 6.1 展馆。通过卓越的全系产品，捷豹和路虎品牌全方位展现前瞻的设计理念、领先业界的技术实力及深厚的品牌内涵，展示其在华所创的全新格局。

劳斯莱斯曜影“摩登锋尚”特别版亚洲首秀

联袂登场，协同为中国市场定制的古思特“鼎盛”特别版，共同诠释了劳斯莱斯 Bespoke 高级定制的极致奢华与时尚个性魅力。

在本次车展上，不久前惊艳日内瓦车展的曜影“摩登锋尚”特别版首次在亚洲

此外，极富创意的创新实验室带领嘉宾探寻全铝技术背后的故事，领略捷豹路虎的前沿科技；在捷豹 Formula E VR 体验区，新颖的 VR 技术尽显捷豹的赛事传承，引领现场嘉宾亲历 Formula E 的赛道激情。

亮相。作为劳斯莱斯 2017 年春夏高级定制车型，曜影“摩登锋尚”特别版从每一个细节诠释了劳斯莱斯与时尚、高级定制服装的完美融合。

同台亮相的劳斯莱斯魅影 Black Badge

捷豹路虎全球 CEO 施韦德博士表示：“作为世界级豪华汽车生产商，捷豹路虎视科技为品牌驱动力。捷豹 I-PACE 概念车及路虎全新揽胜星脉，正是我们勇于突破、不断创新的最佳体现。”

与古思特 Black Badge，再次展现了劳斯莱斯品牌精神中神秘、果敢、自信及力臻完美的另一面。作为永久性的 Bespoke 高级定制系列车型，Black Badge 再次证明了劳斯莱斯汽车在世界奢侈品行业的领军地位。

兰博基尼携 Huracán Performante 及 Aventador S 震撼登陆车展

兰博基尼汽车有限公司携 Huracán Performante 及 Aventador S 在上海车展上演亚洲首秀。作为兰博基尼卓越的创新成果之一，Huracán Performante 在德国纽博格林北环赛道以 6 分 52.01 秒的成绩刷新了量产车圈速纪录，并诠释

了终极赛道表现与非凡公路动态驾驶体验的完美融合。

作为 Aventador 家族的最新成员，Aventador S 也为超级豪华跑车树立了全新标杆。凭借重新调校的四轮驱动系统和首次应用于量产车型的四轮转向系统，

增强了车辆的横向控制，提高了车辆的灵活性和稳定性。全新增加的 EGO 自定义驾驶模式不仅提升了超凡的性能表现也为驾驶者带来了极致的驾驶乐趣。

一同亮相本届车展的还包括兰博基尼 Huracán 后驱版和 Huracán 后驱敞

英菲尼迪全新 2.0 升 VC-Turbo 发动机中国首秀

门轿跑车全新 Q60 等重磅车型也在本次车展上震撼登场。

为了适应不断变化的市场需求，英菲尼迪的 VC-Turbo 可变压缩比技术采用先进的多连杆机构，以适时、快速地增强或削弱活塞与气缸的接触，并监测

车辆的行驶状态和驾驶员的操作，及时选择最佳压缩比。VC-Turbo 发动机能够提供从 8:1（高性能）到 14:1（高效能）之间任意比率的压缩比。

VC-Turbo 可变压缩比涡轮增压发动机的最大功率输出达到 200 千瓦（272

马力），峰值扭矩为 390 牛·米，使其在性能上可以与特定的六缸汽油发动机相媲美，而在能效上则大大优于后者。VC-Turbo 的问世将为发动机动力、效率和排放量树立新标杆，预示了未来动力系统的发展方向。

宾利汽车定义超豪华电动汽车新概念

宾利全新纯电动概念车 EXP 12 Speed 6e 在本次车展首次亮相中国市场。这款概念车诠释了英伦汽车品牌宾利，对于超豪华电动车的发展理念与愿景，宾利将藉此收集和评估公众意见及客户反馈，谋划未来超豪华电动汽车战略布局。持续推进

其超豪华电动汽车战略发展，未来几年陆续推出宾利全系车型的 PHEV 版本新车。

与 EXP 12 Speed 6e 概念车一同亮相宾利展台的，还有四款宾利重磅车型，从极致奢华的越野体验到卓尔不群的公路表现，充分诠释宾利汽车傲视同侪的多样性能。

宾利的个性化专属定制部门 Mulliner 也将在此次车展推出两款全新车型，重新定义超豪华汽车的新基准。全新添越 Bentayga 旗舰车型——添越 Bentayga Mulliner 特别版车型首次亮相亚洲，其极致奢华的座舱内饰开启全新豪华境界。

参展阵容的另一款重磅车型是独特卓绝、举世无双的欧陆 GT 极致版 Black Edition。这台全球唯一限量的欧陆 GT 极致版 Black Edition 车型专为中国市场特别定制，其上镌刻‘One of One’字样，凸显其稀缺性。

阿斯顿·马丁 AMR 迎来亚洲首秀

百年至臻，“惟·美”永恒，全球超豪华“惟·美”汽车代表——英国超豪华汽车品牌阿斯顿·马丁荣耀登陆上海车展。在本次车展上，阿斯顿·马丁携众多亚洲及中国首发车型及全新车型组成强大参展阵容，为客户、媒体及车迷展现阿斯顿·马丁百年“惟·美”的不懈追求与创造，坚持纯手工打造超豪华汽车的工艺、以及超凡脱俗的极致生活方式。

AMR 首次在亚洲亮相正是阿斯顿·马丁对纯正赛车血统的完美演绎，

华晨宝马之诺 60H 奏响电动出行新篇章

华晨宝马新品牌之诺携旗下最新车型之诺 60H 亮相上海车展，并宣布将联手上海绿地申花足球俱乐部推广电动出行及绿色生活方式。

之诺 60H 于今年 3 月正式上市，车展前夕，之诺 60H 作为首批车型完成上海市新能源汽车备案工作，首辆之诺 60H 已经顺利通过新能源车额度审核和车辆注册流程，意味着之诺 60H 成功登陆上海市场。全新之诺 60H 是一款专

为中国家庭打造的高档插电式混合动力 SUV。

车展现场，华晨宝马新能源车品牌管理部总监马霆先生向上海绿地申花足球俱乐部交付了 4 辆之诺 60H，为球队的绿色出行贡献力量。未来，之诺品牌还将联手上海绿地申花足球俱乐部向球迷和公众推出系列新能源车体验活动，利用双方品牌的影响力传播新能源车知识，体验之诺 60H 的高品质出行。

LEXUS 雷克萨斯发布全新品牌口号

LEXUS 雷克萨斯以令人耳目一新的展会设计亮相，并正式公布全球新品牌形象的中文释义——“领未见，探非凡”，由此，雷克萨斯将致力于进化为更加感性、充满精彩体验的生活方式品牌。随着品牌新纪元的到来，领先行业的全混动科技也将以“智·混动”为全新口号，全面升级。此外，极具个性的中型豪华 SUV 新雷克萨斯 NX 于本届车展全球首发，全新雷克萨斯 LS 500h 也首次亮相亚洲。

作为豪华混动市场的引领者，雷克萨斯旗下的全混动科技车型兼得环保责

任与卓越性能，已成为全球百余万车主的智慧之选。随着新品牌篇章的开启，雷克萨斯全混动科技也将呈现全新面貌。在本届上海车展上，雷克萨斯为其全混动科技赋予了全新命名——“智·混动”。

雷克萨斯“智·混动”旨在为富有前瞻思维和责任情怀的消费者，提供极具智慧的豪华全混动科技体验。全新研发的多级全混动系统，秉承了雷克萨斯标志性的平顺和静谧，同时，以突破想象力的技术创新，带来运动性能的全面提升，超越用户对混合动力车的原有期待。

保时捷三款 Panamera 震撼首发

保时捷携旗下全系顶级跑车亮相此次车展，并为中国车迷带来旗下四门运动型豪华轿车 Panamera 的三款全新车型：其中最抢眼的当属车身设计焕然一新的 Panamera Sport Turismo，其采用 4+1 座椅设计理念，全新的车型给用户带来更宽敞的乘坐与行李空间，宽大的电动尾门更方便取放大型运动器械或者行李。这也是其在不久前的日内瓦国际车展全球首秀后第一次亮相亚洲。

第二款亚洲首发的全新车型是 Panamera Turbo S E-Hybrid 行政加长版，既能在短途中实现零排放电动驾驶，又具备高性能跑车的驾驶动态性，

当之无愧地成为了当今世界上动力最强劲的混合动力豪华轿车；最后则是首次亮相的全新 Panamera 行政加长版，这款专为中国市场打造的长轴版运动型豪华轿车采用后轮驱动系统，搭载 3.0 升 V6 涡轮增压发动机，输出功率达到 243 kW（330 hp），是一款极具竞争力的长轴版运动型豪华轿车。

与此同时，新款 911 GT3 Cup 赛车也于本次车展亚洲首发，这也印证了亚洲保时捷卡雷拉杯这项单一品牌赛事正受越来越多中国车迷的欢迎。此外，新款 911 GTS 车型也借上海车展在亚洲首次亮相。

新款林肯 MKZ H 混合动力上市，32.98 万元起

近日，中型豪华轿车新款林肯 MKZ H 混合动力于上海车展正式上市，在售车型包括尊享版、尊雅版和尊耀版三款配置，厂商建议零售价分别为：人民币 329,800 元、人民币 357,800 元和人民币 408,800 元。

另外，全尺寸豪华 SUV 全新林肯 Navigator 概念车迎来其中国首秀。该车型“静谧的豪华”设计理念，将其展现给全尺寸豪华 SUV 消费者。其拥有林肯有史以来最敞阔的空间，而其强劲的性能更可胜任各种复杂路况。

与此同时，林肯 2017 年一季度再次刷新销量纪录，达 11,731 辆，同比增幅 114%，成为进入中国以来销量最高的季度。伴随着不断扩充的经销商网络，备受好评的“林肯之道”个性化服务和丰富强劲的产品阵容使林肯在中国豪华车市场取得快速而长足的发展。截至目前，林肯在全国共建成 73 家林肯中心，并计划于 2017 年年底前建成 100 家林肯中心。



新一代 S 级轿车全球首发

奔驰销售公司段建军： 以客户为中心 更符合中国客户需求

4 月 19 日，梅赛德斯－奔驰携梅赛德斯－迈巴赫、梅赛德斯－AMG 及 smart 四大品牌共 47 款车型盛装亮相上海车展。以新一代梅赛德斯－奔驰 S 级轿车领衔的恢弘产品阵列绽放出时代前沿的夺目风采，为消费者及来宾奉上一场星光熠熠的汽车盛宴。在车展前夕 18 日的奔驰之夜的活动中，新一代梅赛德斯－奔驰、梅赛德斯－AMG 以及梅赛德斯－迈巴赫 S 级轿车更是在上海世博中心全球首发亮相，以定义未来的创领之姿成就新时代汽车工业的全新高点。

在过去的 2016 年，奔驰实现了 28% 的同比增长（含 smart）。今年一季度，梅赛德斯－奔驰也确实保持了比较好的销售势头，共向中国消费者交付了超过 15 万辆梅赛德斯－奔驰及 smart 汽车，实现 37% 的同比增长。如今，梅赛德斯－奔驰在上海车展所展示的重磅新产品阵容更让人对其未来发展充满期待。

对此，在随后的媒体访问中，我们采访到了北京梅赛德斯－奔驰销售服务有限公司执行副总裁、负责销售与市场营销段建军先生，他表示，销量不是奔

驰最终的追求，或者说至少不是唯一目标，对于第一季度的表现，奔驰还是比较满意的。当然，最重要的工作还是要以客户为中心，更多地和经销商合作伙伴一起，实现稳定的发展，让客户能享受到更多物有所值的产品和服务。

正如大家看到的那样，除了传统的产品和销售市场，奔驰引入了更符合中国市场需求的，配备了中国专属配置的产品。而客户体验方面，Mercedes me 三里屯体验店并非生硬的销售场所，而是通过酒吧、咖啡、川菜等不同的表

达方式，来与粉丝和年轻客户接触。我们与经销商合作伙伴一起探索建立品牌自有的电商平台。

“总体上来说，还是那句话，销量不是我们唯一追逐的目标，我们希望能够和经销商合作伙伴一起实现健康的、可持续的、盈利的增长；让我们的客户享受到最好的产品与服务，并且以非常好的价值来体现销售和营销的工作”段总如是说。

一步步走来的奔驰拥有如今的成则是离不开独特的营销方式。作为汽

车营销大师的段建军先生有着独到的见解，他觉得，一定要让产品需要更符合中国客户的需求。例如形容新一代 S 级轿车前大灯的三条“车眉”。“起初我们想到的类比是上将是三颗星，中将是两颗星，最终唐仕凯先生说出来的是最符合中国国情的理解——三道杠。从我们的 C 级轿车，E 级车到 S 级轿车的前大灯，按照‘车眉’的数量，刚好是‘一道杠’，‘两道杠’与‘三道杠’我们市场营销的表达方式上也有自己的特色。最简单是要让别人听得懂，并且

能有一定的感动，表达的方式要让消费者记得住。”

拥堵的交通现状早已成为了人们常常挂在嘴边的话题，同作为豪华品牌的奔驰、宝马、奥迪对于高性能品牌的投入还是很大的，但消费者其实比较难以尽情享受高性能汽车的超凡动力。“美的东西不一定非要坐在车里面才能感受到，你可能会从很远的地方看到车辆的光影和线条。以此类推，当你坐在驾驶舱，当你点燃 AMG 的发动机，隆隆的那一声也是运动的表达。”

“今年，全新梅赛德斯－AMG 43 系列也加入到了 AMG 产品的表达中，它介于梅赛德斯－奔驰与一人一机的高性能 AMG 之间，而且从发动机、底盘、变速箱、悬挂、排气等都是和 AMG 团队一手打造，43 系列在性能和日常行驶间找到完美平衡，它将使更多高性能汽车爱好者进入梅赛德斯－AMG 的精彩

世界”段总说道。



北京梅赛德斯－奔驰销售服务有限公司执行副总裁、负责销售与市场营销 段建军先生

此次上海车展，梅赛德斯－奔驰以新一代 S 级轿车领衔的强大产品阵容震撼来袭，志在继续履行对于中国客户的倾情承诺。未来，梅赛德斯－奔驰还将一如既往地以最优质的产品和服务，让三叉星徽在中国市场的最前沿照亮出行之路。